

【「2022学生研究・調査・開発活動支援」成果報告】

企 画：飼育放棄無くし隊

団 体 名：行本ゼミナール

代 表：進藤 風雅

メンバー：太田 智之、大橋 愛香、谷川原真奈実

1. 研究概要（目的・狙いなど）

本チームでは、昨今、ペットを取り巻く環境が大きく変化する中で、ペットの飼育放棄を無くし、動物福祉を向上させることを大きな目的としている。「飼育放棄無くし隊」として、チームメンバー各自が飼育放棄を減らすべく、様々な活動を行ってきた。ペットの個体ごとの生態や習性を知ったうえで、飼い主がペットを購入することで、飼育前の理想と現実のギャップを埋めることが可能となり、飼育放棄を無くすことができるのではないかという仮説を立て、施策を検討した。具体的には、飼い主の性格や相性に合ったペットとのマッチングができるように、ペットに出会ってからペットを飼うまでの時間を充実させる工夫について提案を行った。

2. 研究テーマの現状分析（歴史的背景、マーケット環境など）

殺処分ゼロを目標に掲げ、取り組んできた小池百合子東京都知事が、2018年に都内での殺処分ゼロが達成されたことを発表した。その背景には、保護犬・保護猫の譲渡促進や平成24年の動物愛護管理法改正により、終生飼養の責務が明確化され、保健所が安易な引き取りの申し出を拒否できるようになったことが大きく寄与している。殺処分への入口を狭めることで、殺処分に至る頭数を減らすような対策が取られたといえる。

しかし、現在、ペットを飼い主側が迎える方法としては、ペットショップを経由したパターンが全体の41%を占めていることから、店頭での展示販売による衝動買いが多くを占めていることが想定される。ペットを飼う消費者としての飼い主の意識は、殺処分が減ったとはいえ、さほど大きく変化していないのが現状である。これらのことを踏まえると、殺処分がゼロになった今こそ、殺処分を本当の意味で減らすことが重要であり、飼い主の意識を

変えながら、根本的に問題を解決する必要があると考えた。本チームでは、こうした現状分析の下、飼育放棄を本来の意味でゼロに近付けるため、様々な施策を検討することになった。

3. 研究テーマの課題

本チームの研究課題としては、飼育放棄ゼロを将来的に達成するために必要な施策提案にある。上記の現状分析から、一目惚れによる衝動買いによって飼育開始の前後で生じるギャップが、飼育放棄の将来的な原因になっているのではないかと考えている。INUNAVIが全国を対象に「愛犬をお迎えした理由」に関してのアンケート調査において、294名のうち154名が可愛かったから、98名が一目惚れしたから、42名が運命を感じたからと理由であった。実際に、ペットショップに行って犬を家族として迎え入れる過程において、第一印象で「この子しかいない」などの一目惚れが多いことが分かっている。

つまり、飼い主の中で勝手にその犬に対するイメージが作り出され、ほとんどの飼い主が、自分たちの都合の良い想像しかしないと考えられる。そのため、迎え入れた犬に対する想定外の性質を知ることになったり、予想外の事態に見舞われたりすることで「思っていたのと違った」という感情が生まれてしまう。それらが積み重なることで飼育放棄に繋がっていくと考えられる。迎え入れる犬に対する飼い主の知識不足が原因となって飼育前後のギャップが生じ、それが大きければ大きいほど、飼育放棄の可能性を高めていると思われる。

4. 課題解決策（新たなビジネスモデル・理論など）

上記の問題意識を踏まえると、飼育前後のギャップが飼育放棄に大きく影響していることが想定され、そのギャップを埋めることが出来れば、将来的に飼育放棄を大きく減らすことにつながると考えられる。そこで、具体的な課題解決策として、次の通り、複数の案を提示したい。

ギャップが生じる原因としては、飼い主が迎え入れる犬の性質や性格を十分に理解していないことが挙げられる。飼い主の犬に対する理解度を上げることで、想定外の性質や事態に見舞われることを事前に回避できる。その結果、飼い主の心には余裕が生まれ、飼い犬に対する接し方にも大きな変化が

生まれ、臨機応変に対応することが可能となる。

また、個体ごとに性格や特性が異なるため、自分の私生活や相性に合った犬を迎え入れることが双方ともに有益となるだろう。犬とひとくくりにせず、犬種ごとの性質があることを理解することが重要である。

本チームでは、2022年7月に「つくばわんわんランド」へのフィールドワークを実施したが、多くの犬種がいる中で、人懐っこい性格やマイペースな性格、飼育員によるトリミングの回数の違いが犬種ごとに顕著に表れていた。それらの事実は本チームのメンバーですら、現場で犬を観察し、具体的に把握して初めて発見できたことである。



図1 つくばわんわんランドでのフィールドワークの様子

つまり、飼う前から、その犬に対する情報を独自ですべて把握することはかなり難しい。独学だけでは基礎はある程度理解できるであろうが、詳しいことを学ぶには限界がある。そのため、私たちは経験談ベースで飼ったことがある人から、その経験がない人への情報提供ツールを提案する。このツールによって飼ったことのない人達の知りたい情報や、知っておくべき情報が手軽に入手でき、経験談ベースであることからネットの情報よりも信頼性が高い。

また、飼ったことがある人も自分自身の情報をシェアすることでより犬に対する理解を深めることもでき、改めて飼い犬と向き合う時間も作ることができる。このツールは飼う前の人だけでなく、飼っている人、また、飼い犬のためにもなると考える。このように、飼いたい犬に出会ってから飼う前までの過程を充実させることで、犬種ごとの性質・性格を知ることができ、飼う前の準備を十分に整えることができる。こうした取り組みによって飼育放棄の原因となりえるギャップを埋めることに繋げられる。

5. 研究・活動内容（アンケート調査、商品開発など）

株式会社Wizleapが行ったアンケートの結果、ペットを飼ってから知識不足だと感じたことがある人は半数以上だと分かった。ここからも、実際にギャップが生じていることが分かる。その解決策として、まずはインスタグラムを開設し、パンフレットを作製した。この2つによって、事前に飼おうとしている犬に対する知識を飼い主に身に付けてもらい、飼う前と飼った後のギャップを埋めることが出来ると考える。それぞれ記載されている内容は、身近にペットを飼っている人々へのアンケート調査を行い、その情報を基準としたものである。

1 Instagram

インスタグラムを用いて、犬種ごとに知っておいたほうが良い情報（性質・しつけ方・暮らしの工夫・食事・かかりやすい症状・生涯飼育費用概算）を配信する。また、実際に犬を飼っている人から集めた情報を犬種ごとに掲載する。内容としては何にお金がかかるのか、飼う前に知っておくべき知識、飼う前と飼った後でのギャップ、驚いたエピソードなどが記載されている。実際に犬を飼う前の人がこのインスタグラムを見ることで手軽に犬種ごとの情報を入手できる。また、インスタグラムのコメント欄やDMでは「掲載してほしい情報」を募集しているため、需要に合わせて情報を配信することができ、飼う前の人をサポートできる。



図2 Instagramアカウントの様子



図3 Instagramの投稿内容の一部

2 パンフレット

パンフレットでもインスタグラムと同様に犬種ごとの性質を詳しく紹介している。本来は、これから犬を飼おうとしている人に向けて多くの人が愛犬に出会うペットショップに置くことを想定して作成したが、ペットショップにとって購入を抑制する施策とも取れることから、ペットショップに設置することができなかった。そのため、まずは、保護犬の譲渡会にてパンフレットを配布し、私達の施策を広げていこうと考えている。このパンフレットは、飼う前の人をサポートすると同時に、インスタグラムのURLも掲載しているため、インスタグラムの周知も促進することが出来る。



図4 パンフレットの表



図5 パンフレットの裏

6. 結果や今後の取り組み

本チームが考えた施策を広げるために何件かペットショップにアポを取ったが、どこもパンフレットの設置や配布は難しいという返答をいただき、設置することができなかった。そこで、日本で初めて生体販売を始め、アフターサービスに特化している「スマイルワン」というペットショップに本チームの活動に関するインタビューをさせていただいた。私達のパンフレットの改善点をお聞きしたところ、それぞれのターゲット層や目的概要を明確化することについてご指摘いただいた。また、ペットの受け入れに感心がある世代は30～50代が多いと聞いたため、パンフレットのターゲット層もその年代に合わせて内容やデザインを再度見直した。現段階では、パンフレットの配布・設置には至っていないが、今後、保護犬の譲渡会や動物福祉に積

極的な取り組みを行っている団体を通じてパンフレットの配布・設置や本チームの活動を広げていくことを考えている。

最後に、上記の内容を2022年11月23日に行われた神奈川大学経営学部のインターゼミナール大会にて発表したところ、動物殺処分を減らすためには「飼育放棄」の解決が重要であり、その解決策として「購入までの時間をいかに充実させるか」という視点が評価され、優秀賞をいただくことができた。

7. 参考文献

- 環境省自然環境局 総務課 動物愛護管理室 (2012) 「平成24年に行われた法改正の内容」
https://www.env.go.jp/nature/dobutsu/aigo/1_law/revise_h24.html
- 東洋経済 (2021) 「今ペットを飼って「後悔する人」「しない人」の差」
<https://toyokeizai.net/articles/-/417109?page=2>
- PRTIMES (2020) 「愛犬とここで出会った！ 800人に聞いたもっとも多いお迎え場所とは…？」
<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000032.000068228.html>
- MOFFME (2021) 「知識不足だと感じた 56%! コロナ禍で飼育法を調べない飼い主たち」
<https://moffme.com/article/1155>

8. 謝辞

最後に本プロジェクト活動を進めるに当たり、「学生企画プロジェクト」を採択していただいた神奈川大学国際経営学会に厚く御礼を申し上げます。